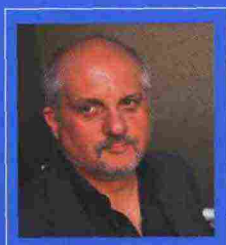
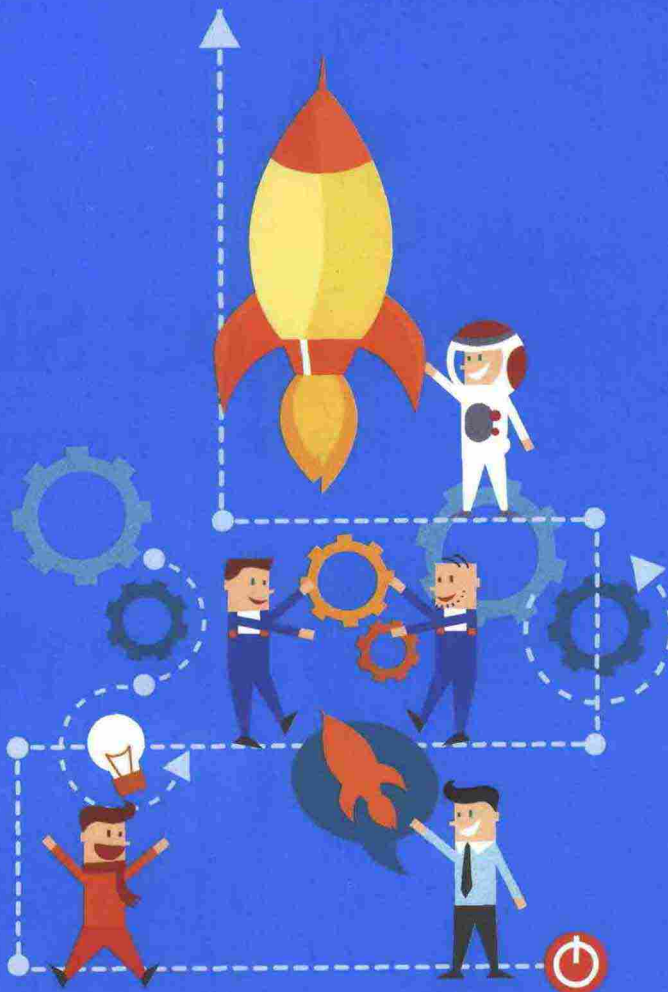


m WEB
COME SI FA
 di Tiziana Tripepi, t.tripepi@millionaire.it

Per scoprirlo, segui i consigli del nostro esperto e mettili alla prova con quattro esercizi

La tua
IDEA
 diventerà una
STARTUP



↑ L'esperto
 Emil Abirascid, giornalista e curatore dell'edizione italiana del libro a lato (www.abirascid.com).



Scrivici, ti regaliamo il libro

Questo articolo prende spunto dal libro *La startup digitale. Guida pratica step by step*, di Cheryl Rickman, edito da Franco Angeli (35 euro, versione cartacea). Se stai creando una startup digitale e hai bisogno di un manuale che ti guidi nella sua costruzione, scrivici. Potrai essere selezionato per ricevere una copia e-book omaggio (leggibile su Pc, Mac e iPad). La email dovrà avere come oggetto "startup digitale" ed essere inviata all'indirizzo esperto@millionaire.it, entro il 30 giugno, indicando una motivazione valida.

1 L'IDEA



Come faccio a sapere se funzionerà?

• Sono la linfa vitale delle imprese. Le idee sono i semi del successo che, se curati, si trasformano in germogli e diventano piante rigogliose. Gli imprenditori ne hanno moltissime, ma occorre separare quelle brillanti da quelle mediocri. Per farlo, occorre intraprendere il loro percorso di evoluzione, che può essere suddiviso in quattro fasi:

- 1) Momento in cui si accende la lampadina.
- 2) Sviluppo e perfezionamento.
- 3) Visione a lungo termine.
- 4) Verifica della fattibilità.

Per avere successo, un'idea dev'essere migliore di quella degli altri.

L'ESPERTO

Parti da un bisogno
 «Le startup sono imprese e come tali devono partire da un bisogno che non è soddisfatto dal mercato e cercare di soddisfarlo. Si sta comprendendo sempre di più che gli strumenti digitali possono essere non soltanto un fine (per esempio startup che inventa un'App), ma anche un mezzo, che può "intaccare" un settore tradizionale che sta subendo cambiamenti. È avvenuto nei trasporti (vedi Uber), nella musica, nei viaggi, nel turismo. Ora è la volta dei servizi finanziari. È qui che gli investitori stanno destinando soldi. Occorre dunque capire qual è il settore da prendere di mira» spiega Emil Abirascid.

L'ESERCIZIO

1. Cosa posso fare con un'azienda digitale che invece non posso fare con un'impresa tradizionale?

Se non sai cosa scrivere, rispondi alle seguenti domande:

› Posso offrire una gamma di prodotti o servizi più ampia di quella che può tenere in assortimento un negozio fisico?

Sì No

› Posso fornire un servizio di personalizzazione che i punti vendita tradizionali non sono in grado di offrire?

Sì No

2. Posso sviluppare la mia idea per creare qualcosa di migliore rispetto a qualsiasi altro prodotto sul mercato? Come?

Sì No

2 IL MODELLO DI BUSINESS



Come faccio a sceglierlo?

• Scegli come monetizzare:

- 1) Con un modello freemium, versione free e a pagamento.
- 2) Vendendo prodotti o servizi (modello e-commerce).
- 3) Vendendo spazi pubblicitari.
- 4) Vendendo contatti, prodotti e o servizi per cui si incassa una commissione (modello di affiliazione).
- 5) Concedendo una quota dei ricavi derivanti dai prodotti o dai servizi (revenue sharing).
- 6) Vendendo abbonamenti a contenuti o news (modello in abbonamento).
- 7) Vendendo applicazioni tramite smartphone (modello delle applicazioni).

L'ESPERTO

C'è anche chi fa i soldi con un servizio gratis
 «A seconda che tu stia inventando un'App, che voglia vendere prodotti o servizi, che tu venda all'utente finale o altre aziende sceglierai un diverso modello di business» spiega Abirascid. «Se vendi prodotti o servizi, potrai scegliere tra diversi modelli di e-commerce, tra cui il me-tail (crowdsourcing), le offerte lampo e il download dei media digitali. Se offri servizi che distribuisce gratis, il modello pubblicitario sarà il metodo principale per generare profitti. Ma ci sono anche startup che non monetizzano. Il caso più eclatante è Twitter. Non fa soldi, ma ha dentro tutto il mondo. Si regge sugli investitori, che credono che nel lungo termine produrrà fatturati importanti».

L'ESERCIZIO

1. Osserva i tuoi siti preferiti. Quale modello hanno scelto? Che cosa fa spiccare la loro proposta di valore?

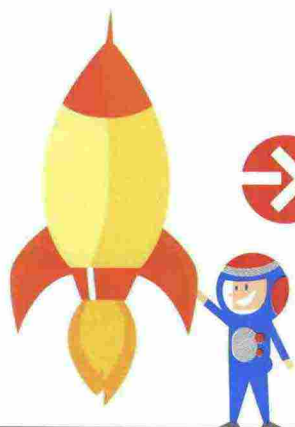
2. Esamina le migliori applicazioni disponibili sul tuo mercato con il tuo smartphone. Cosa le rende avvincenti e facili da usare?

3. Scegli il tuo modello di business e definiscilo qui di seguito. Descrivi in dettaglio ogni flusso di ricavi potenziali derivanti dal tuo prodotto o servizio.

[m

3 LA FATTIBILITÀ

La mia idea funziona sul mercato?



L'ESERCIZIO

1. Descrivi con chiarezza e precisione ciò di cui i clienti hanno bisogno.

2. Elenca tutti i pregi del tuo prodotto che soddisfano questi bisogni.

3. Esamina ciò che spero dicano i clienti su di te e perché.

4. Vai sul campo e scopri dai clienti potenziali che cosa amano di più del tuo prodotto e perché.

5. Individua quali sono le caratteristiche o i benefici che permetteranno ai prodotti di promuoversi e vendersi.

A questo punto dovrai esaminare la fattibilità della tua idea e pianificare la tabella di marcia che ti condurrà al successo. Questa attività consiste nell'analizzare il mercato, rilevarne le lacune, capire chi sono i tuoi clienti e mettere alla prova la tua opportunità di business. Infine, stendere un business plan incentrato sul cliente. Al centro di tutto deve stare il cliente, che deve generare e sostenere il passaparola e mantenere una buona reputazione fin dal momento in cui si avvia un'impresa.

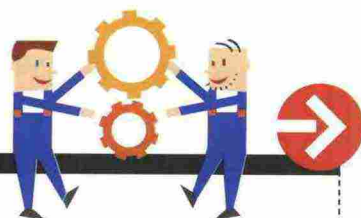
L'ESPERTO

Meglio fatto che perfetto

«Non si può andare da un investitore solo con un'idea. Occorre mettere insieme un team di persone con forti competenze e capire se la nostra idea è in grado di stare sul mercato» conferma Abirascid. «Un prodotto che abbia dimostrato di avere un certo appeal si chiama *minimum viable product*. Troppi prodotti vengono perfezionati prima che siano stati proposti al consumatore e questo è un errore. Nelle startup digitali vale il principio: "meglio fatto che perfetto". Andare online prima possibile serve a testare la bontà del progetto e avere le prime metriche.

4 I SOLDI

Riesco a procurarmeli?



L'ESERCIZIO

1. Scrivi un elenco che specifichi nel dettaglio le voci per cui devi trovare un finanziamento: dal software ai rifornimenti, dal personale alle competenze.

2. Accanto a ogni voce dell'elenco indica i costi.

3. Esamina le varie fonti di finanziamento e annota quale potrebbe essere più adatta a finanziare ogni spesa.

Non è impossibile per una startup procurarsi il denaro necessario, soprattutto se ha compiuto i passi 1, 2 e 3 e riesce a dimostrare di avere un concept o di sapersi imporre sul mercato. Amici e familiari, banche, contributi pubblici, private equity, crowdfunding: le fonti di capitale sono tante e all'inizio occorre chiedersi quali possono soddisfare al meglio le nostre esigenze. Le nuove aziende in genere finanziano le loro attività in via di sviluppo con una combinazione di debito e capitale proprio.

L'ESPERTO

Fare una startup non è un gioco da ragazzi

«Gli operatori seri in Italia non sono tanti e rispetto ad altri Paesi le cifre a disposizione sono basse. Ma le possibilità ci sono» afferma Abirascid. «Anche nel nostro Paese si è innescata la capacità di pensare che fare impresa è una strada percorribile. Tuttavia, non è un gioco. La startup non è "due ragazzetti che fanno un'App", ma è una vera e propria impresa e chi la fa è un imprenditore. Il processo di selezione è significativo: su 100 startup che un investitore vede, ne seleziona 10 e investe in due-tre. E non è detto che ce la facciano».